II. TISZTELGŐ TANULMÁNYOK

A TOKAJI BOROK GASZTRONÓMIAI ÉRTÉKTEREMTÉSE – A TERROIR, A KULTURÁLIS ÖRÖKSÉG ÉS A FINE DINING SZEREPE

BENE ZSUZSANNA[1]
PhD, egyetemi docens
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, Szőlészeti és Borászati Intézet, Eger
https://doi.org/10.33031/ZRFS.2026.4.1

A bor napjainkban egyre inkább túlmutat hagyományos élelmiszeripari szerepén, és a kulturális örökség, a regionális identitás, valamint a gasztronómiai élmény meghatározó hordozójává válik. A tanulmány célja annak feltárása, hogy a magyar fine dining meghatározó szereplői miként értelmezik a Tokaji borok helyét a jelenlegi gasztronómiában, valamint hogyan járulnak hozzá kulturális, gasztronómiai és fenntarthatósági értékének alakításához. A kutatás kvalitatív megközelítésre épült. Az empirikus adatgyűjtés során három, a magyar csúcsgasztronómiában meghatározó szakemberrel készült félig strukturált mélyinterjú, amelyek tematikus elemzése a Tokaji borok gasztronómiai identitására, a terroir szerepére, a fenntarthatóság jelentőségére és a séfek értékteremtő szerepére fókuszált. Az eredmények szerint a Tokaji borok értéke nem kizárólag a termőhely adottságaiból vagy a borászati technológiából fakad, hanem a kulturális örökség, a terroir és a gasztronómiai interpretáció kölcsönhatásában formálódik. A fine dining szakemberei nem csupán közvetítői, hanem aktív alakítói is ennek a folyamatnak, mivel az ételpárosításokon, a borokhoz kapcsolódó történetmesélésen és a komplex vendégélmény kialakításán keresztül hozzájárulnak a Tokaji borok kulturális és piaci értékének erősítéséhez. A kutatás rámutat arra, hogy a fenntarthatóság a csúcsgasztronómiában a helyi identitás, a kulturális örökség és a minőségi gasztronómiai élmény összekapcsolásán keresztül válik a borok értékteremtésének meghatározó elemévé.
Kulcsszavak: értékteremtés, fenntartható gasztronómia, kulturális örökség, terroir, Tokaji borok
JEL: L83, R11, Z32

[1] email: bene.zsuzsanna@uni-eszterhazy.hu, ORCID ID: 0000-0001-5310-4936, mtmt2: https://m2.mtmt.hu/api/author/10057047

1. BEVEZETÉS

A gasztronómia napjainkra jóval túlmutat az ételek elkészítésének és fogyasztásának gyakorlatán. A csúcsgasztronómia világában az étkezés egyre inkább kulturális élménnyé[1] válik, amelyben az alapanyagok eredete, a termelés módja, a helyi hagyományok és a fenntarthatóság egyaránt meghatározó szerepet kapnak. Ebben a szemléletben a bor sem csupán egy ital vagy az ételsor kísérője, hanem a termőhely, a kulturális örökség és a helyi közösségek által létrehozott értékek közvetítője. A bor és a gasztronómia kapcsolata így nem pusztán érzékszervi kérdés, hanem kulturális és gazdasági értékteremtési folyamat is.

A fenntartható gasztronómia térnyerése tovább erősítette ezt a szemléletváltást. Az ENSZ Élelmezési és Mezőgazdasági Szervezete (FAO) szerint[2] a fenntartható gasztronómia olyan termelési és fogyasztási rendszereket támogat, amelyek tiszteletben tartják a természeti erőforrásokat, hozzájárulnak a helyi közösségek fejlődéséhez, megőrizik a kulturális örökséget, és hosszú távon is gazdaságilag életképesek. Ennek megfelelően a gasztronómiai érték ma már nem kizárólag az ételek vagy italok minőségéből fakad, hanem abból is, hogy azok milyen történetet hordoznak, milyen kapcsolatot teremtenek a termőhellyel, és miként jelenítik meg egy régió identitását. Ebben a folyamatban a fine dining éttermek és séfjeik kiemelt szerepet töltenek be. A csúcsgasztronómia szereplői nem egyszerűen kiválasztják az általuk kínált borokat, hanem saját értelmezésükön keresztül új jelentéstartalommal ruházzák fel azokat. A borok ételpárosításai, a hozzájuk kapcsolódó történetek, valamint a vendégek számára közvetített kulturális narratívák mind hozzájárulnak ahhoz, hogy egy borvidék identitása és piaci értéke miként jelenik meg a fogyasztók előtt[3]. A séfek és sommelier-k ezért nem csupán közvetítők, hanem aktív értékteremtő szereplők is, akik jelentős hatással vannak egy borvidék gasztronómiai megítélésére.

A nemzetközi gasztronómiai trendek szintén ezt a szemléletváltást tükrözik. A Michelin Green Star[4] minősítéssel rendelkező éttermek működésük során kiemelt figyelmet fordítanak a fenntartható alapanyag-beszerzésre, az élelmiszer-hulladék csökkentésére, valamint a helyi termékekhez és termőhelyekhez kapcsolódó gasztronómiai történetek hiteles bemutatására[5]. A legújabb kutatások szerint a csúcsgasztronómia szakemberei különösen nagyra értékelik azokat a borokat, amelyek fenntartható művelési gyakorlatból származnak, friss karakterrel, egyértelmű terroir-identitással és jól felismerhető érzékszervi egyediséggel rendelkeznek. E szemléletbe jól illeszkednek a Tokaji borvidék borai, különösen a Hárslevelű és a Furmint, amelyek aromatikai komplexitásuknak, terroir kifejező jellegüknek és a fenntartható borkészítési gyakorlatokkal való összeegyeztethetőségüknek köszönhetően egyre nagyobb figyelmet kapnak a jelenlegi fine dining gasztronómiában.

A Tokaji borok gasztronómiai értékének kialakulása azonban nem kizárólag a borászati minőség függvénye. Legalább ilyen fontos az a kulturális és szakmai közeg, amelyben ezek a borok megjelennek. A csúcsgasztronómia képes újra értelmezni a hagyományos borstílusokat, új fogyasztási alkalmakat teremteni, és hozzájárulni

ahhoz, hogy egy borvidék értékei szélesebb társadalmi és nemzetközi közegben is láthatóvá váljanak[6,7]. A gasztronómia ezért nem pusztán felhasználója a bornak, hanem aktív alakítója annak kulturális jelentésének és gazdasági értékének is.

Jelen tanulmány célja annak feltárása, hogy a fine dining gasztronómia szereplői miként járulnak hozzá a Tokaji borok kulturális, gasztronómiai és fenntarthatósági értékének létrehozásához és közvetítéséhez, valamint hogyan értelmezik a borvidék helyét a modern gasztronómiai kultúrában.

A tanulmány elméleti keretét három egymást kiegészítő megközelítés alkotja: (1) a terroir kulturális értelmezése, (2) a fenntartható gasztronómia szemlélete, valamint (3) a közös értékteremtés (value co-creation) elmélete. E három megközelítés integrálásával vizsgállom, hogyan formálódik a Tokaji borok kulturális és gasztronómiai értéke a fine dining gyakorlatában.

2. A BOR MINT KULTURÁLIS ÉS GASZTRONÓMIAI ÉRTÉK

A bor a világ egyik legősibb kulturális terméke, amelynek jelentősége messze túlmutat mezőgazdasági vagy élelmiszeripari szerepén. A bortermelés és a borfogyasztás évszázadok óta szorosan kapcsolódik a helyi közösségek identitásához, hagyományaihoz és társadalmi szokásaihoz. A bor ezért egyszerre tekinthető agrárterméknek, kulturális örökségnek és a regionális identitás hordozójának[8,9].

A bor értéke napjainkban egyre kevésbé kizárólag érzékszervi tulajdonságain alapul. A fogyasztók döntéseit egyre nagyobb mértékben befolyásolja a termék eredete, a termőhely története, a készítés módja, valamint az a kulturális narratíva, amely a borhoz kapcsolódik[10,11]. A modern fogyasztói magatartásban a bor egyre inkább élménytermékként jelenik meg, amelyben a hitelesség, az eredetvédelem és a történetmesélés (storytelling) kiemelt szerepet kap[12,13].

A gasztronómia ebben a folyamatban nem egyszerűen fogyasztási környezetet biztosít a bor számára, hanem aktívan hozzájárul annak kulturális értékének kialakításához[14]. Az éttermekben alkalmazott étel–bor párosítások, a sefek és sommelier-k interpretációi, valamint az étkezési élmény komplexitása egyaránt alakítják a fogyasztók borral kapcsolatos véleményét[15].

3. A TERROIR SZEREPE A BOROK ÉRTÉKTEREMTÉSÉBEN

A terroir fogalma a bortudomány egyik alapvető kategóriája, amely a termőhely természeti adottságainak, az emberi tudásnak és a történelmi hagyományoknak az egységét fejezi ki[16]. A terroir értelmezése az elmúlt évtizedekben jelentős szemléletbeli fejlődésen ment keresztül. A korai megközelítések elsősorban a termőhely fizikai adottságaira – a talajra, az éghajlatra, a domborzatra és a mikroklímára – helyezték a hangsúlyt, míg a korszerű értelmezések a terroirt olyan komplex rendszerként írják le, amelyben a természeti tényezők, az emberi tudás, a történelmi hagyományok és

a helyi közösségek gyakorlatai egyaránt meghatározó szerepet játszanak[17]. A szerző rámutat arra is, hogy a terroir nem értelmezhető egyetlen térbeli léptékben, hanem különböző földrajzi szinteken – a dűlőtől a borvidékig – jelenik meg, miközben a bor minőségét és karakterét a természeti és emberi tényezők kölcsönhatása alakítja.

Ennek megfelelően a terroir ma már nem csupán a talaj, az éghajlat és a domborzat összességét jelenti, hanem olyan komplex kulturális rendszert is, amelyben a helyi közösségek tudása, identitása és hagyományai egyaránt megjelennek[18,19]. A borvidékek versenyképességét napjainkban ezért nem kizárólag a természeti adottságok, hanem a kulturális örökség, a táj karaktere, a történetmesélés (storytelling) és a gasztronómiai beágyazottság is meghatározza[20,21].

Ez a szemlélet különösen jól alkalmazható a Tokaji borvidék esetében, ahol a terroir nem csupán természeti adottságokat jelent, hanem a történelmi borkultúra, a helyi tudás és az UNESCO világörökségi kultúrtáj[22] által képviselt kulturális örökség szerves részét képezi. A Tokaji borok egyedisége ezért nem kizárólag geológiai vagy klimatikus tényezőkből fakad, hanem abból a több évszázados kapcsolatból is, amely a táj, a szőlőtermesztés és az emberi közösségek között kialakult. A Tokaji borok értékét így nem csupán minőségi jellemzőik, hanem az a kulturális örökség és identitás is meghatározza, amelyet a borvidék képvisel[23].

Vaudour (2002)[13] megközelítését követve a Tokaji borok terroirja több térbeli léptékben is értelmezhető. Mikroszinten az egyes dűlők sajátos természeti adottságai, mezoszinten a borvidék történelmi és kulturális identitása, míg makroszinten Tokaj eredetvédelmi rendszere és nemzetközi ismertsége járul hozzá a borok egyediségéhez. A különböző térléptékek egymásra épülése teszi lehetővé, hogy a Tokaji borok egyszerre fejezzenek ki lokális sajátosságokat és egy szélesebb kulturális táj identitását. A gasztronómia szempontjából ez azért bír kiemelt jelentőséggel, mert a fine dining éttermek nem csupán egy bort kínálnak a vendégeknek, hanem annak termőhelyi, kulturális és történeti hátterét is közvetítik.

A terroir fogalmát a szakirodalom elsősorban a bor minőségének és eredetének magyarázatára alkalmazza, jelen tanulmány azonban amellett érvel, hogy a terroir a gasztronómiai értékteremtés egyik alapvető kiindulópontja is. A termőhely sajátosságai önmagukban még nem teremtenek kulturális értéket; az érték a borászok, a séfek, a sommelier-k és a fogyasztók közös interpretációja során teljesedik ki. Ebben az értelemben a terroir nem csupán a bor eredetét jelöli, hanem a bor kulturális jelentésének és gasztronómiai értékének egyik meghatározó forrása is.

4. FENNTARTHATÓSÁG ÉS FINE DINING

A fenntarthatóság napjaink gasztronómiájának egyik meghatározó értékrendjévé vált. Az ENSZ Élelmezési és Mezőgazdasági Szervezete szerint a fenntartható gasztronómia olyan termelési és fogyasztási rendszereket támogat, amelyek hozzájárulnak a

természeti erőforrások megőrzéséhez, erősítik a helyi közösségeket, valamint elősegítik a kulturális örökség fennmaradását[24].

A Michelin Green Star bevezetése jól szemlélteti ezt a szemléletváltást. Az elismerésben részesülő éttermek nem csupán magas kulináris minőséget képviselnek, hanem kiemelt figyelmet fordítanak a helyi alapanyagokra, a rövid ellátási láncokra, a biodiverzitás megőrzésére és a fenntartható működésre.

A borok szerepe ebben a rendszerben is átalakul. A fenntartható szőlőtermesztés, az eredetvédelem, a helyi szőlőfajták megőrzése és az alacsony környezeti terhelés ma már nem csupán termelési kérdés, hanem olyan érték, amelyet a fogyasztók és a vendéglátó szakemberek egyaránt figyelembe vesznek[25,26].

5. A SÉFEK MINT ÉRTÉKKÖZVETÍTŐK

A modern gasztronómiában a séfek szerepe jelentősen átalakult. Napjainkban már nem kizárólag ételeket alkotnak, hanem kulturális közvetítőként is működnek, akik meghatározzák egy régió alapanyagainak és borainak értelmezését[27].
A fine dining éttermekben alkalmazott borválasztás túlmutat a klasszikus étel–bor harmónia megteremtésén. A séfek és sommelier-k döntései befolyásolják a fogyasztók terroir-ról, eredetről és minőségről alkotott képét, ezáltal aktív szerepet játszanak a borok értékének társadalmi konstrukciójában[28].

Ez a folyamat jól értelmezhető az érték együtt-teremtés (value co-creation) elméletén keresztül is, amely szerint az érték nem kizárólag a termelés során jön létre, hanem a termelő, a szolgáltató és a fogyasztó interakciójában formálódik[29,30]. A fine dining környezetben a séfek és a sommelier-k ennek az értékteremtési folyamatnak meghatározó szereplői, hiszen ők kapcsolják össze a bor érzékszervi tulajdonságait a kulturális narratívával és a gasztronómiai élménnyel.

A Tokaji borok esetében ez különösen fontos, mivel a borvidék történelmi öröksége, terroir-ja és egyedi borstílusai olyan kulturális értéket képviselnek, amely a csúcsgasztronómia közvetítésével válhat szélesebb fogyasztói kör számára is értelmezhetővé és vonzóvá.

6. KUTATÁSI MÓDSZERTAN

Jelen kutatás kvalitatív módszertani megközelítésre épül, amely alkalmas a szakértői értelmezések, attitűdök és tapasztalatok mélyebb feltárására. A kvalitatív kutatások célja nem statisztikai reprezentativitás biztosítása, hanem egy adott jelenség mögött meghúzódó jelentések, összefüggések és értelmezési keretek megismerése[31].

A kutatás abból a feltételezésből indult ki, hogy a Tokaji borok gasztronómiai értéke nem kizárólag azok érzékszervi tulajdonságain alapul, hanem a fine dining szakembereinek értelmezésén, szakmai tapasztalatán és kulturális narratíváin keresztül

válik teljessé. Ennek megfelelően a vizsgálat középpontjában nem a borok analitikai jellemzői, hanem azok gasztronómiai jelentésének feltárása állt. Az empirikus adatgyűjtés célzott szakértői mintavétellel (purposive sampling) történt, amely kvalitatív kutatásokban széles körben alkalmazott módszer olyan résztvevők kiválasztására, akik jelentős szakmai tapasztalattal rendelkeznek az adott kutatási területen[32].

A kutatásban három olyan szakember vett részt, akik eltérő nézőpontból, de egyaránt aktív szereplői a magyar csúcsgasztronómiának:

- Michelin Green Star szemléletet képviselő gasztronómiai szakember - ***Boldizsár Máté***, SALT étterem, Budapest;
- fenntartható, szezonális alapanyagokra építő fine dining séf - ***Horváth Gábor***, aSÉFésaKERTÉSZ, Pócsmegyer;
- a Tokaji borvidéken működő étterem tulajdonosa és séfje - ***Bajusz Gergő***, Első Mádi by BG, Mád.

A résztvevők kiválasztásának célja nem reprezentatív minta kialakítása volt, hanem olyan szakértői nézőpontok bevonása, amelyek képesek átfogó képet adni a Tokaji borok gasztronómiai megítéléséről.

Az interjúk egységes kérdésvázlat alapján készültek, amely az alábbi témakörökre terjedt ki:

- a Tokaji borok gasztronómiai szerepe;
- a száraz és édes Tokaji borok alkalmazhatósága;
- a terroir jelentősége;
- a fenntarthatóság szerepe a borválasztásban;
- a Tokaji borok nemzetközi megítélése;
- a séfek szerepe a borok értékének közvetítésében.

A szakértők előzetes szóbeli hozzájárulását követően az adatgyűjtés írásban, egységes, nyitott kérdésekből álló interjúvázlat alapján történt. A válaszok kvalitatív tematikus tartalomelemzéssel kerültek feldolgozásra.

A kutatás elvégzéséhez az Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Kutatásetikai Bizottsága járult hozzá RK/1668/2025 határozatszámon.
Az interjúk elemzése tematikus tartalomelemzés (thematic analysis) alkalmazásával történt. Az elemzés során az interjúkban megjelenő visszatérő gondolatokat, értelmezéseket és szakmai narratívákat azonosítottam.

7. A TOKAJI BOROK A FINE DINING SZAKEMBEREINEK SZEMSZÖGÉBŐL

A tematikus elemzés során a szakértői interjúk alapján öt, egymással szorosan összefüggő témakör rajzolódott ki. A résztvevők válaszai jelentős konszenzust mutattak a Tokaji borok gasztronómiai szerepének, kulturális értékének és fenntarthatósági jelentőségének megítélésében. Az egyes témák egymást erősítő értelmezési keretet

alkottak, amelyben a terroir, a gasztronómia és a kulturális örökség közösen járult hozzá a Tokaji borok értékének meghatározásához.

7.1. A Tokaji borok gasztronómiai identitása

Az interjúk egyik legfontosabb megállapítása az volt, hogy a résztvevők egyértelmű különbséget tettek a Tokaji borvidék édes és száraz borstílusai között. Míg az aszú továbbra is a borvidék történelmi és kulturális identitásának meghatározó elemeként jelent meg, addig a modern fine dining környezetben a száraz Tokaji borok alkalmazhatóságát jóval szélesebb körűnek ítélték.

A szakértők szerint a száraz Furmint és Hárslevelű magas savtartalma, ásványossága és komplex aromavilága jól illeszkedik a modernkori csúcsgasztronómia letisztult, alapanyag-központú szemléletéhez. A borok sokoldalúsága lehetővé teszi, hogy a teljes menüsor során megjelenjenek, különösen hal-, zöldség- és fermentált alapanyagokra épülő fogások mellett.

Az interjúk alapján ugyanakkor az is kirajzolódott, hogy a száraz Tokaji borok gasztronómiai potenciálja jelenleg nagyobb, mint társadalmi ismertségük. A résztvevők szerint a nemzetközi fogyasztók továbbra is elsősorban az aszúborokon keresztül azonosítják Tokajt, miközben a száraz borstílusok egyre fontosabb szerepet töltenek be a modern éttermi gyakorlatban. Ez arra utal, hogy a gasztronómia hozzájárulhat a borvidék identitásának újra értelmezéséhez.

7.2. A terroir mint a gasztronómiai hitelesség alapja

Valamennyi interjúalany hangsúlyozta, hogy a Tokaji borok értéke szorosan kapcsolódik a termőhelyhez. A terroir azonban nem kizárólag természeti adottságként jelent meg, hanem olyan kulturális értékként, amely meghatározza a borok hitelességét és egyediségét.
A szakemberek szerint a vendégek egyre nagyobb érdeklődést mutatnak a bor eredete, a termőhely sajátosságai és a borász személye iránt. A bor kiválasztása ezért nem csupán érzékszervi döntés, hanem egy történet közvetítésének eszköze is. A séfek saját szerepüket abban látták, hogy ezt a történetet az ételsor részeként értelmezzék és tegyék átélhetővé a vendégek számára.

Az interjúk alapján a terroir fogalma így nem csupán a borászati minőség garanciájaként jelent meg, hanem a gasztronómiai élmény egyik meghatározó összetevőjeként is.

7.3. Fenntarthatóság mint közös értékrendszer

A fenntarthatóság valamennyi interjúban megjelent, azonban nem önálló témaként, hanem a szakmai döntések természetes részeként.

A szakemberek a fenntarthatóságot elsősorban a helyi alapanyagok használatával, a rövid ellátási láncok támogatásával, a szezonális gondolkodással és a termelők iránti bizalommal kapcsolták össze. A Tokaji borok választása ebben az összefüg-

gésben nem pusztán regionális preferenciát jelentett, hanem tudatos szakmai döntést is, amely egyszerre szolgálja a minőséget, a kulturális örökség megőrzését és a helyi gazdaság támogatását.

Az interjúk arra is rámutattak, hogy a fenntarthatóság és a terroir fogalma a gyakorlatban szorosan összekapcsolódik. A helyi borok előnyben részesítése erősítheti a régió identitását, és megfelelő beszerzési, szállítási és logisztikai feltételek mellett hozzájárulhat az ellátási lánc környezeti terhelésének mérsékléséhez.

7.4. A séfek szerepe a Tokaji borok értékteremtésében

Az interjúk egyik legfontosabb eredménye, hogy a résztvevők saját szerepüket nem egyszerűen a borok kiválasztásában látták. A válaszok alapján a séfek aktív közvetítői annak a folyamatnak, amely során a bor kulturális jelentést kap. A megfelelő ételpárosítások kialakítása, a bor történetének bemutatása, valamint a vendég számára létrehozott komplex gasztronómiai élmény együttesen alakítja a borok megítélését. A résztvevők szerint ugyanaz a bor eltérő értéket képviselhet attól függően, hogy milyen gasztronómiai környezetben jelenik meg.
Ez az eredmény arra utal, hogy a fine dining nem pusztán fogyasztási helyszín, hanem olyan kommunikációs tér, amely aktívan hozzájárul a Tokaji borok kulturális és piaci értékének formálásához.

7.5. A Tokaji borok nemzetközi pozicionálásának lehetőségei

A szakemberek egyetértettek abban, hogy a Tokaji borok nemzetközi megítélése elsősorban történelmi hagyományaikra épül, ugyanakkor a száraz borstílusokban jelentős fejlődési potenciál rejlik.

A nemzetközi siker kulcsa nem kizárólag a borok minősége, hanem azok hiteles gasztronómiai bemutatása. A fine dining éttermek ebben kiemelt szerepet tölthetnek be, mivel lehetőséget biztosítanak arra, hogy a Tokaji borok egy modern, fenntartható és kulturálisan gazdag gasztronómiai narratíva részeként jelenjenek meg.

Az interjúk alapján a Tokaji borok jövőbeni versenyképességét nem csupán a borászati innováció, hanem a gasztronómiával kialakított szoros együttműködés is meghatározhatja.

8. AZ EREDMÉNYEK ÉRTELMEZÉSE ÉS ELMÉLETI ÖSSZEFÜGGÉSEI

A kutatás eredményei megerősítik, hogy a Tokaji borok értéke nem kizárólag a borászati minőségből vagy a termőhely természeti adottságaiból fakad, hanem olyan komplex értékteremtési folyamat eredménye, amelyben a terroir, a kulturális örökség, a fenntarthatóság és a gasztronómia egymást erősítő tényezőkként jelennek meg. Az interjúk alapján kirajzolódó szakértői értelmezések összhangban állnak a terroir kortárs megközelítésével, amely szerint a termőhely nem pusztán földrajzi vagy ökológiai kategória, hanem kulturális és társadalmi konstrukció is12,13. A Tokaji

borok esetében ez különösen jól érzékelhető, hiszen a borvidék értékét a természeti adottságok mellett a történelmi borkultúra, a helyi tudás és a világörökségi státusz is meghatározza.

Az eredmények ugyanakkor túlmutatnak a terroir hagyományos értelmezésén. Míg a szakirodalom elsősorban a termőhely és a bor minősége közötti kapcsolatot vizsgálja, jelen kutatás rámutat arra, hogy a terroir önmagában még nem hoz létre gasztronómiai értéket. Az érték a borászok, a séfek, a sommelier-k és a fogyasztók közötti interakciók során válik teljessé. Ez a megközelítés összhangban áll az érték együttteremtés (value co-creation) elméletével, amely szerint az érték nem kizárólag a termelés során keletkezik, hanem a szereplők közötti kapcsolatokban formálódik22,23.

A kutatás eredményei arra is rámutatnak, hogy a fine dining éttermek szerepe túlmutat a borok gasztronómiai felhasználásán. A séfek és sommelier-k nem csupán étel–bor párosításokat alakítanak ki, hanem a termőhelyhez kapcsolódó kulturális narratívák közvetítőiként is működnek. Ez összhangban áll Demossier (2011)5 megállapításával, miszerint a bor kulturális jelentése társadalmi gyakorlatokon keresztül épül fel, ugyanakkor jelen kutatás ezt a gondolatot a fine dining környezetére alkalmazza. Az interjúk alapján a csúcsgasztronómia olyan interpretációs térként értelmezhető, ahol a Tokaji borok kulturális identitása új jelentéstartalommal gazdagodik.

A fenntarthatóság szintén központi elemként jelent meg a vizsgálatban, azonban nem önálló célként, hanem a helyi identitás, a terroir és a gasztronómiai minőség természetes összetevőjeként. Ez összhangban áll a fenntartható gasztronómiáról szóló nemzetközi megközelítésekkel15,17, ugyanakkor az interjúk azt is megmutatták, hogy a szakemberek számára a fenntarthatóság elsősorban a helyi termékek használatában, a rövid ellátási láncok támogatásában és a termőhely hiteles bemutatásában ölthet testet. A Tokaji borok választása így egyszerre jelent minőségi, kulturális és fenntarthatósági döntést.

A tanulmány egyik legfontosabb elméleti hozzájárulása annak felismerése, hogy a Tokaji borok értékteremtése nem lineáris folyamatként írható le. A kutatás alapján a terroir, a kulturális örökség, a fenntartható termelés és a fine dining szereplőinek interpretációja kölcsönösen alakítják egymást, és együtt hozzák létre azt a kulturális és gazdasági értéket, amelyet a fogyasztók érzékelnek.

9. KÖVETKEZTETÉSEK

Jelen tanulmány célja annak feltárása volt, hogy a magyar fine dining meghatározó szereplői miként értelmezik a Tokaji borok helyét a kortárs gasztronómiában, valamint hogyan járulnak hozzá azok kulturális, gasztronómiai és fenntarthatósági értékének kialakításához és közvetítéséhez. A kvalitatív kutatás eredményei azt mutatják, hogy a Tokaji borok értéke a szakértői megítélés szerint nem kizárólag a termőhely adottságaiból vagy a borászati technológiából fakad, hanem abból a komplex kap-

csolatrendszerből is, amelyben a terroir, a kulturális örökség, a gasztronómia és a fogyasztói élmény egymással kölcsönhatásban alakítja a borok megítélését.

Az interjúk alapján egyértelműen kirajzolódott, hogy a Tokaji borvidék gasztronómiai potenciálja különösen a száraz borstílusok esetében jelentős. A résztvevők egybehangzó véleménye szerint a Furmint és a Hárslevelű olyan érzékszervi tulajdonságokkal rendelkezik, amelyek jól illeszkednek a modern fine dining alapanyagközpontú, letisztult szemléletéhez. Ugyanakkor a kutatás arra is rámutatott, hogy a Tokaji borok nemzetközi pozicionálása továbbra is elsősorban az aszú történelmi ismertségére épül, miközben a száraz borok gasztronómiai lehetőségei még nem kellően ismertek. Ebben a folyamatban a csúcsgasztronómia meghatározó szerepet tölthet be.

A kutatás egyik legfontosabb eredménye annak felismerése, hogy a fine dining szakemberei nem csupán közvetítői, hanem aktív alakítói is a Tokaji borok értékének. A séfek és sommelier-k az ételpárosításokon, a borokhoz kapcsolódó történetek bemutatásán és a vendégélmény tudatos formálásán keresztül olyan kulturális és gasztronómiai kontextust teremtenek, amely jelentősen hozzájárul a borok érzékelt értékének növekedéséhez. A gasztronómia ebben az értelmezésben nem a bor kísérője, hanem annak egyik legfontosabb értékteremtő közege.

A fenntarthatóság a vizsgálatban részt vevő szakemberek számára nem önálló célként jelent meg, hanem a mindennapi szakmai gyakorlat részét képező szemléletként. A helyi alapanyagok használata, a rövid ellátási láncok támogatása, a terroir tisztelete és a kulturális örökség megőrzése egymást erősítő értékekként jelentek meg, amelyek egyaránt hozzájárulnak a gasztronómiai minőséghez és a régió hosszú távú fenntarthatóságához. A Tokaji borok ebben a rendszerben nem csupán kiváló minőségű italok, hanem a térség kulturális identitásának és fenntartható fejlődésének meghatározó hordozói.

9.1. Korlátok és jövőbeli kutatások

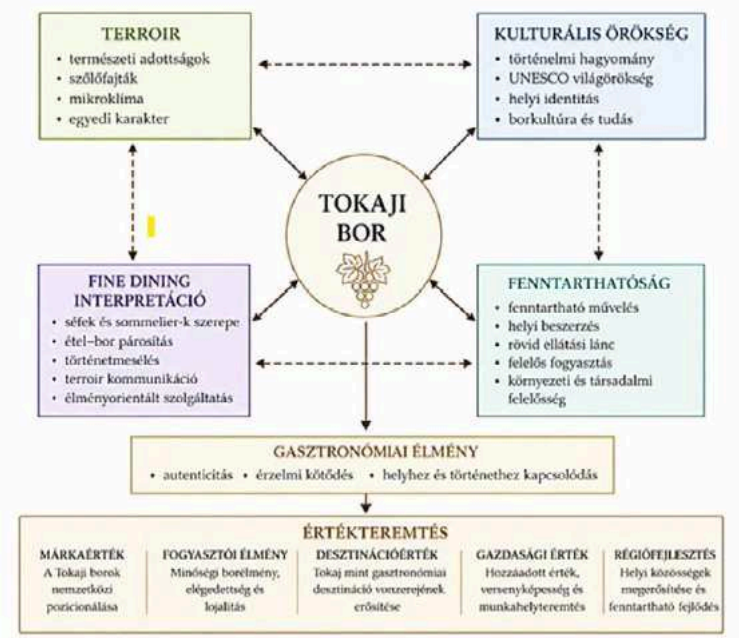
Az eredmények három szakértői interjú elemzésére épülnek, ezért azok nem tekinthetők statisztikailag reprezentatívnak. A kvalitatív megközelítés ugyanakkor lehetővé tette a szakmai értelmezések és a mögöttes gondolkodási mintázatok részletes feltárását. A jövőbeni kutatások számára indokolt lehet a vizsgálat kiterjesztése sommelier-kre, borászokra, nemzetközi fine dining éttermek szakembereire, valamint fogyasztói oldalról is annak vizsgálata, hogy a gasztronómiai környezet milyen mértékben befolyásolja a Tokaji borok megítélését.

10. A KUTATÁS GYAKORLATI ÉS ELMÉLETI HOZZÁJÁRULÁSA

A kutatás eredményei túlmutatnak a Tokaji borok gasztronómiai megítélésének leírásán, és olyan gyakorlati következtetések megfogalmazását is lehetővé teszik, amelyek hozzájárulhatnak a borvidék hosszú távú versenyképességének és fenntartható

fejlődésének erősítéséhez.
Az elvégzett kutatás eredményeit a Tokaji borok gasztronómiai értékteremtési modellje összegzi (1.ábra).

A Tokaji borok gasztronómiai értékteremtési modellje azt szemlélteti, hogy a bor értéke nem kizárólag a termőhely adottságaiból és a borászati folyamatból fakad, hanem a terroir, a kulturális örökség, a fenntartható termelés és a fine dining gasztronómia szereplőinek interpretációja révén válik a fogyasztók számára érzékelhető kulturális és gazdasági értékké. A modell nem lineáris folyamatot ábrázol, hanem olyan kölcsönhatás-rendszert, amelyben a terroir, a kulturális örökség, a fenntarthatóság és a fine dining szereplői közösen alakítják a Tokaji borok kulturális és gazdasági értékét.



1. sz. ábra: Tokaji borok gasztronómiai értékteremtési modellje
Forrás: saját szerkesztés. A szakirodalmi összefüggések és a szakértői interjúk tematikus elemzése alapján kialakított koncepcionális modell a tokaji borok gasztronómiai értékteremtésében részt vevő tényezők és szereplők közötti kölcsönhatásokat szemlélteti.

A Tokaji borok értéke nem kizárólag a termékminőségből fakad, hanem abból az együttműködésből is, amely a borászat, a gasztronómia, a turizmus és a kulturális örökség szereplői között létrejön. Ennek a kapcsolatrendszernek a tudatos fejlesztése hozzájárulhat ahhoz, hogy Tokaj a jövőben ne csupán történelmi borvidékként, hanem a fenntartható gasztronómia egyik meghatározó európai desztinációjaként is ismertté váljon.

JEGYZETEK:

[1] Dankó L.(2025): A közösségi turizmusfejlesztés lehetőségei az ökotudatos Füzéren. In.: Remenyik B. (szerk): Zempléni gazdaságfejlesztési tanulmányok, Sárospatak, THE, pp. 75-76.

[2] FAO Sustainable Gastronomy Day 2026. 2026 Edition. = https://www.fao.org/sustainable-gastronomy-day/en

[3] Steve Charters: Wine and Society: The Social and Cultural Context of a Drink. = Elsevier Ltd.,2006. https://vinumvine.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/steve-charters-wine-and-society-the-social-and-cultural-context-of-a-drink.pdf

[4] Michelin Guide. The Michelin Guide and sustainable gastronomy. Michelin. 2021. = https://mb.cision.com/Public/55/3413982/85252c3e3c870f10.pdf

[5] Michelin Guide. Michelin Green Star Initiative. Michelin. 2020. = https://guide.michelin.com/hu/en/article/news-and-views/michelin-guide-2020-the-new-sustainability-emblem

[6] François Durrieu, Erhard Lick, Thierry Lorey, Albert Stoeckl: The impact of country and wine culture on ideal pairings of French white wine and cheese. = International Journal of Gastronomy and Food Science, 2023. Vol. 32. (https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100735)

[7] Robert J. Harrington: The Wine and Food Pairing Process. = Journal of Culinary Science&Technology, 2006. 4(1), 101-112. (https://doi.org/10.1300/J385v04n01_11)

[8] Marion Demossier: Beyond terroir: territorial construction, hegemonic discourses, and French wine culture. = Journal of the Royal Anthropological Institute (N.S.), 2011. 17, 685-705. (https://foodethics.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/inst_ethik_wiss_dialog/Demossier__Marion_2011._Beyond_terroir.pdf)

[9] UNESCO 2026. Basic texts of the 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, 2026 edition. = https://www.unesco.org/creativity/en/2005-convention

[10] Ronaldo Correira de Brito, Carlos Brito: Wine Tourism and Regional Development. = In: Peris-Ortiz, M., Del Río Rama, M., Rueda-Armengot, C. (eds) Wine and Tourism. Springer, Cham., 2016. (https://doi.org/10.1007/978-3-319-18857-7_3)

[11] Steve Charters, Nathalie Spielmann: Characteristics of strong territorial brands: A wine region case study. = Journal of Business Research, 2014. 67(7), 1461–1467. (https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.07.020)

[12] B. Joseph Pine, James H. Gilmore: The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage. = Harvard Business School Press, Boston. 1999.

[13] Jack Carlsen, Steve Charters: Global wine tourism: Research, management and marketing. = CABI, 2006. (https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781845931704.0000)

[14] Jacinthe Bessière: Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. = Sociology Ruralis, 1998. 38, 21-34. (https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061)

[15] Egon Peter Köster, Jos Mojet: Theories of food choice development. = In Understanding consumers of food products.1st ed,; Frewer, L., van Trijp, H., Eds.; Woodhood Publishing Limited, Abington, Cambridge, U.K, 2007. (https://doi.org/10.1533/9781845692506.1.93)

[16] Elizabeth Barham: Translating terroir: The global challenge of French AOC labeling. = Journal of Rural Studies, 2003. 19(1):127-138. (https://doi.org/ 10.1016/S0743-0167(02)00052-9)

[17] Emmanuelle Vaudour: The Quality of Grapes and Wine in Relation to Geography: Notions of Terroir at Various Scales. = Journal of Wine Research, 2002. 13(2):117-141. (https://doi.org/10.1080/0957126022000017981)

[18] Warren Moran: Terroir – the human factor. = Australian and New Zealand Wine Industry Journal, 2001. 16(2), 32–51.

[19] Robert Edwin White, Lilanga Balachandra, R.Edis, Deli Chen: The soil component of terroir. = OENO One, 2007. 41(1):9 (https://doi.org/10.20870/oeno-one.2007.41.1.860)

[20] John Overton, Warwick E. Murray: Class in a glass: capital, neoliberalism and social space

in the global wine industry. = Antipode, 2013. 45(3): 702–718. (https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2012.01042.x)

[21] Rebecca Sims: Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. = Journal of Sustainable Tourism, 2009. 17, 321-336. (https://doi.org/10.1080/09669580802359293)

[22] UNESCO (2002). Tokaj Wine Region Historic Cultural Landscape. World Heritage List. = https://whc.unesco.org/en/list/1063/

[23] C. Michael Hall: Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism. = Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 2009. Vol. 20, Number 1, pp. 1-16. (https://www.researchgate.net/profile/Colin-Hall-4/publication/254238755_Degrowing_Tourism_Decroissance_Sustainable_Consumption_and_Steady-State_Tourism/links/5a50a66b458515e7b72c102d/Degrowing-Tourism-Decroissance-Sustainable-Consumption-and-Steady-State-Tourism.pdf)

[24] FAO. Sustainable Gastronomy Day: Background Paper. Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2018. = https://www.fao.org/sustainable-gastronomy-day/en

[25] Eugenio Pomarici, Riccardo Vecchio: Millennial generation attitudes to sustainable wine: An exploratory study on Italian consumers. = Journal of Cleaner Production, 2014. 66(2), 537-545. (https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.10.058)

[26] Armand Gilinsky, Sandra K. Newton, Rosana Fuentes Vega: Sustainability in the Global Wine Industry: Concepts and Cases. = Agriculture and Agricultural Science Procedia, 2016. 8:37-49. (https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.006)

[27] Michaela Desoucey: Christel Lane: The Cultivation of Taste: Chefs and the Organization of Fine Dining. = Administrative Science Quarterly, 2015. 60(3) (https://doi.org/10.1177/0001839215572126)

[28] Steve Charters, Simone Pettigrew: The dimensions of wine quality. = Food Quality and Preference, 2007. 18(7), 997-1007. (https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.04.003)

[29] C. K. Prahalad, Venkat Ramaswamy: Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. = Journal of Interactive Marketing, 2004. 18(3):5 - 14. (https://doi.org/10.1002/dir.20015)

[30] Stephen L. Vargo, Robert Lusch: Service-dominant logic: continuing the evolution. = Journal of the Academy of Marketing Science, 2007. 36(1):1-10. (https://doi.org/ 10.1007/s11747-007-0069-6)

[31] John W. Creswell: Qualitative inquiry and research design : choosing among five approaches. = SAGE Publications, Inc. 2013. (https://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2018/04/CRESWELLQualitative-Inquary-and-Research-Design-Creswell.pdf)

[32] Michael Quinn Patton: Qualitative research & evaluation methods : integrating theory and practice. = SAGE Publications, Inc. 2015. (https://ia800500.us.archive.org/30/items/michael-quinn-patton-qualitative-research-evaluation-methods-integrating-theory-/Michael%20Quinn%20Patton%20-%20Qualitative%20Research%20&%20Evaluation%20Methods_%20Integrating%20Theory%20and%20Practice-Sage%20Publications,%20Inc%20(2015).pdf)